

Haberler > Yazarlar > Emre KIZILKAYA > Penguen kapandı, sırada gazeteler mi var?



Emre Kızılkaya

Penguen kapandı, sırada gazeteler mi var?

12 Mayıs 2017



Penguen dergisinin baskıya son verme kararı üzücü, ama bunu "Kapanıyor" diye yorumlamak yanlış.

Erdil Yaşaroğlu [Medyatava röportajında](#) maddi gerçekler göz önüne alındığında aslında baskıyı 2 sene önce sonlandırmak gerektiğini söylüyor.

Aynı röportajda hem Yaşaroğlu hem de Medyatava editörü, "**kapanma**" ifadesini vurgulamış. Fakat aslında Yaşaroğlu, daha ilk sorulardan birine "**Dijitalde devam edeceğiz**" diye yanıt vermiş.

Yani Penguen sadece bir mecradan (**kağıt**) diğerine (**dijital**) taşıyor.

Penguen'in dijitalde ticari başarıyı yakalayıp yakalayamayacağını ileride göreceğiz.

Ancak veda mesajlarında "[Keşke Facebook'taki like'larla dergi çıkarılabilseydi](#)" diye karamsar bir cümle kurmaları, kağıttan dijitalde taşınan bir dergi için talihizlik

ujjitate tazımanı bir dergi için latınsızlık.

Çünkü dijitalde başarının kıstaslarından biri, tam olarak, Facebook'taki (ve diğer kanallardaki) kitleyi yayına çekebilmekten ve orada tutabilmekten geçiyor.

Türkiye gibi genç (gerçi hızlı yaşlanıyoruz), teknolojiyle haşır neşir, mizaha aç ve mizah malzemesi açısından zengin bir ülkede Penguen gibi bir dergi dijitalde başarılı olmayacak da nerede olacak?

Bu yüzden Penguen ekibi --**dijital telif haklarının** korunmasındaki ciddi sorunlar sürmesine karşın-- iyimser olmalı, dijitale inanmalı.

Erdil Yaşaroğlu'nun [Hürriyet Pazar'daki söyleşisini](#) de okumanızı da tavsiye ederim

Aslında gerçekten inanılması gereken, ne dijitaldir, ne de kağıttır: **sadece içerik ve kitledir.**

Mecralar, içerik ve kitle arasındaki **köprülerden** ibaret. Bu köprüler hemen hiçbir zaman tamamen yıkılmaz, ama yeni köprüler yapıldıkça **eski köprülerin trafiği** azalır. (Televizyonun radyoyu **tali bir mecra** haline getirmesi ama radyonun bugün bile yaşaması, gibi)

Dün kağıt, bugün cep telefonu ekranı... Yarın **bükülebilir şeffaf ekranlar** ve **sanal ortamlar** en popüler mecra haline gelebilir.

Doğru içeriğin etrafında **güçlü bir topluluk** (hedef kitle) oluşturabildiğiniz sürece farklı mecraların en uygun dinamiklerini ticari başarıya çevirebilecek araçlara da kavuşmuş olursunuz.

Su akar yatağını bulur.

Video blogcu (vlog) **Casey Neistat**'ın birkaç yüz takipçisinin olduğu zamanları hatırlıyorum.

Neistat'ın bugün YouTube'da 7 milyonu aşkın takipçisi var, hemen her içeriği milyonlarca izleniyor ve kurduğu şirket sonunda **CNN** tarafından satın alındı.

"**Önce içerik, önce kitle**" demek için yeterli bir neden. (Bu konuda Product Hunt kurucusu [Ryan Hoover](#)'ın yazısını okumanızı öneririm)

Elbette bu durum, köklü medya kuruluşları için **dijital rekabetin kolay olduğu anlamına gelmiyor.**

ABD spor yayıncılığı pazarını domine ederek sadece lisans gelirlerinden yılda 8 milyar dolar kazanan **ESPN bile** geçenlerde küçülmek zorunda kaldı.

Başlığa dönersek...

"**Newspaper**" (haber kağıdı) kavramının modası geçti, bu yüzden örneğin **Financial Times** artık kendisini bir "**newspaper**" olarak değil, bir "**dijital içerik şirketi**" diye tanımlıyor.

Ama newspaper İngilizce bir sözcük... Türkçede, bize Fransızcadan geçen "**gazete**" kelimesini kullanıyoruz.

Bu kelime Fransızcaya ise İtalyancadan geçmiş... 16. yüzyılda Venedik'te "gazete" adı verilen bir **madeni para** kullanılmış.

O dönemde Venedik'te basılan ve üstünde günlük haberlerin yer aldığı kağıtlar, bir "gazete" (madeni para) karşılığında satılmış. Bu yüzden bu kağıtların ismi de zamanla "gazete" olmuş.

Kıscası bugünkü gazetenin etimolojik olarak kağıtla veya herhangi başka mecrayla bir ilgisi yok. Özünde "**sikke**" gibi, "**Mecidiye**" gibi, "**kaime**" gibi bir kelime*...

Öyleyse "**digital newspaper**" demek doğru olmasa da, pekala "**dijital gazete**" diyebiliriz.

Ürettiği içeriğin çevresinde oluşturduğu topluluktan, maliyetlerini karşılayabilen bir ücret alabildiği (abonelik, reklam, vb. yollarla) müddetçe; ister kağıtta, ister bilmem hangi ekran yüzeyinde olsun, Penguen gibi dergiler de, "gazeteler" de yaşayacak.

Meydan okumalara ayak uyduramayanlar ise hayatın doğal akışı gereği tarihe karışıp yerlerini başkalarına bırakacaklar.

Maalesef Türkiye'de ne **kamu yararı** için çalışan ne de **ticari açıdan sürdürülebilir** olan, arkasındaki **haksız rekabet yaratan siyasi destek** çekilir çekilmez kapanacak çok fazla gazete var.

* ABD'de "**nickelodeon**" kelimesinin "**sinema**" anlamına gelmesi gibi... Aslen "**nickel**" (beş sentlik madeni para) ve "**odeon**" (konser salonu) kelimelerinin birleşiminden oluşuyor. 19. yüzyıl sonunda ilk sinemalara beş sente girilmiş, isim de oradan kalmış.

Yeni medyadan 7 taze haber, 7 mühim konu

* Artık hayatımızı, bazen fark etmesek de, **algoritmalar** yönetiyor. Bir gün kimin hapse gönderileceğine de algoritmalar karar verebilir. ABD Yüksek Mahkemesi Yargıcı **John Roberts**'a göre **o gün geldi bile...** Ürkütücü mü? Peki ya Türkiye? Hiçbir algoritma **Kadri Gürsel, Ahmet Şık, Murat Sabuncu** gibi gazetecileri FETÖ'cü diye hapsedecek kadar kötü çalışmayacağından, Türkiye'de gazetecilik ve demokrasi için bu teknoloji hayırlı olabilir.

* Trump ABD Başkanı seçildikten sonra bile başlıklarında onun "**yalan söylediğini**" yazdığı için Trump karşıtlarının desteğini alarak **abone sayısını rekor oranda artıran New York Times**, bugünlerde abone kaybetmeye başladı. Nedeni: Trump karşıtı tabanla zıt düşen "**yandaş**" bir köşe yazarını işe almaları. [Detaylar şurada...](#)

* ABD'de yapılan bir araştırmaya göre **sanal gerçeklik (VR)** uygulamaları, **ağrı kesici bağımlılığının tedavisinde** de işe yarıyor. Bağımlılara ilaç yerine VR seansları uygulandı. Ağrıların yüzde 60-75 azaldığı gözlemlendi. Oysa en etkili morfin bile ağrıyı ancak yüzde 30 azaltabiliyor. [Detaylar şurada...](#)

* Dünya **tablet pazarındaki daralma sürüyor**. Zirve 3 yıl önce görülmüştü. Akıllı telefonların ekranlarının giderek büyümesi ve dizüstü bilgisayarların ayrılabilir ekran ve klavyelerle daha esnek hale gelmesi, **geleneksel tableti öldürüyor**.

* Son araştırmaya göre cep telefonlarımıza günde ortalama **47 kez** bakıyoruz. 18-24 yaş grubunda bu ortalama sayı **82!** [Detaylar şurada...](#)

* Dijital dünyada neredeyse her şeyi kontrol eden bir oligopoli oluşturan Alphabet (Google), Facebook, Amazon, Apple ve Microsoft artık "**Korkunç Beşli**" diye anılıyor. Ama bir de bu kadar görünür olmayan altyapı şirketleri var. Örneğin ABD'de AT&T gibi şirketler, Türkiye'de ise diğer dijital servis sağlayıcıların da bağımlı olduğu **Türk Telekom**... Oligopoliden bile tehlikeli olan tekelleşmeye karşı demokrasinin, "**Ağ Tarafsızlığı**" (**Net Neutrality**) gibi haklara sıkı sıkı sarılması gerekiyor. Altyapı şirketlerinin belirli internet servislerine haksız rekabet avantajı sağlarken diğerlerini el altından cezalandırması kabul edilemez. Tüm bu şirketlerin kamu tarafından sıkı biçimde denetlenmesi ve şeffaflık/hesap verebilirlik sağlanması demokrasinin vazgeçilmez haline geldi. Kamuoyunun da bu konuda bilinçlenmesi gerekiyor.

* Sosyal medyanın hayatı yansıtmadığı ortada. Orada hemen herkes, **sadece dışarıdan görülmesini istediklerini** paylaşıyor. Örneğin ABD'de bulaşık yıkamak için harcanan zaman aslında golf oynarken harcanan zamanın 6 katı. Fakat Amerikalılar kendilerini golf oynarken gösteren tweetleri, bulaşık yıkarken gösteren tweetlerden 2 kat fazla atıyor. Abartılı bir algı dünyası yani... Bu yüzden [Facebook'a bakıp kendinizi kötü hissetmeyin](#).

HER YERDE HÜRRIYET



DİĞER KANALLAR

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[RSS](#)

[Kişisel Verilerin Korunması](#)

[Hürriyet Kurumsal](#)

[Bize Ulaşın](#)

Hürriyet
com.tr

© Copyright 2022 Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş